

## Décathlon devient partenaire officiel de la NBA

Le distributeur sportif français signe son premier partenariat avec une ligue nord-américaine. Des vêtements, des chaussures ou encore des accessoires aux couleurs des équipes NBA, véritable empire marketing, seront commercialisés à partir du mois de mars.



Les produits NBA fabriqués par Décathlon sous sa marque Tarmak. (Jae C. Hong/AP/SIPA)

Par **Les Echos**

Publié le 23 janv. 2021

Décathlon s'exporte aux Etats-Unis. Et pas sur n'importe quel terrain : celui des parquets de la NBA (National Basket Association). [L'équipementier sportif](#) français devient le partenaire officiel de la plus célèbre ligue de basket au monde et signe son premier accord de licence avec une ligue sportive nord-américaine.

Sous la marque Tarmak, une gamme d'accessoires, de chaussures et de sous-vêtements thermiques sera commercialisée aux couleurs de la NBA. Los Angeles Lakers, Miami Heat, Chicago Bulls... les produits seront également déclinés pour 9 franchises de la ligue.

Une alliance XXL pour Décathlon qui pourra distribuer ses articles en ligne et dans plus de 1.200 points de vente à travers le monde, situés en Afrique, en Asie, en Europe, au Moyen-Orient et en Amérique latine.

## **Présent sur 6 continents**

Le lancement de la collection est fixé au mois de mars. « Nous avons un objectif commun de développer le basket-ball dans le monde entier, il est donc naturel de travailler ensemble pour rendre cela possible », a déclaré Damien Dezitter, responsable de Tarmak.

Déjà très présente à l'international, [la NBA](#) est un véritable empire commercial. La ligue américaine diffuse ses matchs dans 215 pays et dans plus de 50 langues différentes. Ses produits dérivés sont distribués dans plus de 100.000 magasins répartis dans 100 pays et sur six continents. En 2018, son chiffre d'affaires a atteint 8 milliards de dollars.

« Grâce à ce partenariat, les fans de la NBA et les joueurs de basket-ball du monde entier auront accès à une gamme excitante et innovante d'équipements pour les aider à entrer dans le basket », a réagi le directeur des partenariats mondiaux de la NBA, Steve Griffiths.